

1. Демографическая модернизация в России 1900–2000 / Под ред. А.Г. Вишневого. М.: Новое изд-во, 2006.
2. Гурко Т.А. Трансформация брачно-семейных отношений / Россия: трансформирующееся общество / Под ред. В.А. Ядова. М.: Изд-во Канон-пресс-Ц. 2001.
3. Голод С.И. Социолого-демографический анализ состояния и эволюции семьи / Социол. исслед. 2008, №1.
4. Вебер М. Социология в системе наук о культуре // История теоретической социологии. Т. 2, гл. 4. М. 1998.
5. Семейный кодекс Российской Федерации. М.: Проспект, 2006.
6. Варламова С.Н., Носкова А.В., Седова Н.Н. Брачный договор в России: от прошлого к будущему / Социол. исслед. 2008. №1. С. 53.
7. http://statistika.ru/stat/russia-world/2008/11/13/russia-world_14251.html

Александрова А.В.,

г. Екатеринбург

ФЕНОМЕН ИДЕНТИФИКАЦИИ В КЛУБНОМ СООБЩЕСТВЕ

Появление клубных сообществ и проблема идентификации в них на микросоциальной уровне в современном обществе обусловлено высокой степенью дифференциации в многообразии видов и форм деятельности, структуры социального пространства, обозначения границ между «чужими и своими».

Чувство принадлежности призвано выполнять важные социальные и социально-психологические функции в общности: обеспечивать подчинение индивида социальной группе, определять критерии оценки и самооценки и также обеспечивать групповую защиту.

Специфические механизмы социальной идентификации существуют в клубных сообществах, которые представляют собой объединение людей, взаимосвязанных общностью интересов, статусной позицией и территориальной близости в сфере бизнеса, увлечений, социальных или коммерческих проектов.

С точки зрения социологической теории в самом понятии статуса нет ничего исключительного и элитарного. Социальный статус есть положение, позиция, которую занимают индивид или социальная группа в любой социальной иерархии. Широкое распространение в XX веке клубов различных по содержанию и направленности своей деятельности, социальному составу посетителей привело к их статусной дифференциации.

Клубы, которые объединяют общности с высоким социальным и профессиональным статусом в деловой, творческой и других сферах, являются актуальной формой сохранения статусных систем в бизнесе, отдыхе и других инфраструктурах. Клубная жизнь такого типа берет свою преемственную традицию с английских клубов XVIII в. Клубная жизнь, clubbing [5] как система и процесс является особой социальной практикой.

При этом наблюдается следующая тенденция: чем более специализирован клуб по содержанию деятельности и менее дифференцирован по социальному составу, тем сильнее барьеры и процедуры для доступа в такое клубное объединение.

В современной России подобные клубы начали создаваться относительно недавно, хотя еще в советское время существовали клубы творческой интеллигенции, которые назывались домами актера, литератора, художника и т.п., пребывание в которых, было престижным и статусным, а доступ ограниченным.

Если сравнить два вида клубов,— молодежные ночные и деловые клубы, то для первых характерна преемственность рейв-культуры (протестная, андерграундная по происхождению, основанная на аффективном чувстве и ценностях единства [5;6]).

Культура деловых клубов и интересам, разделяемых ограниченной аудиторией – культура высшего светского общества, культура избранных, не афишируемая, кулуарная. При этом обе культуры связаны с достижением, стремлением к статусу, отбором избранных. Обе культуры имеют внутри клубного пространства социальную иерархию, каждая транслируется для ограниченного круга общностей, не являясь mainstream.

Опрос 2010 года (302 человека) показал, что среди экономически активной части населения лишь 29% считают, что принадлежат к определенному социальному кругу людей, а 38% респондентов скорее не могут сказать этого. Это является подтверждением того, что для современного человека сужается область самоопределения «своего круга» и своей социальной идентификации до близких людей по статусу (априори) главным образом на основе ценностной мотивации, определения «близости» другого как «своего» через понимание, принятие, общность интересов.

Если обратиться непосредственно к статусным деловым клубам, отличающимся высокой степенью закрытости, то среди респондентов, принявших участие в опросе, большая часть (63 %) указали, что знают о существовании подобных клубов и значительная доля (43%) согласилась, что клуб «это самая распространенная форма взаимодействия в современном обществе для ограниченного круга людей».

Для распознавания «чужого» и сопоставления относительно «своего» включается больше сил и информации. Ведущим критерием оценки чаще всего выступает – социокультурный комплекс форм и содержания языковых норм, полученных в процессе интеракции («слышать, как он разговаривает, выражает свое мнение, мысли» - 63%»). Во вторую очередь по значимости в равной степени распределяются данные вторичного знания о сфере деятельности (30%), сфере интересов, уровень дохода, ценности (27%), круг общения (22%). Определенную роль играет фактор субъективного знания – «длительность общения» (15%).

Таким образом, данные опросов подтверждают, что в идентификации «своих» работает уточняющий механизм - верификация, основанный на опыте и представлении о нормах среди «своих».

Различные виды клубов производят особое клубное пространство, в котором и осуществляется идентификация статусных лиц. Среди важных идентификаторов закрытого клубного пространства респондентами указываются - социальное положение: статус и происхождение(89%), экономическое положение – доход(68%), наличие связей и знакомств(65%).

В модели «представлений респондентов» принадлежность к социальному кругу обозначена в первую очередь через «разделение общих интересов», во вторых через «возможность быть принятым социальным кругом» и «наличие общих ценностей». Согласно же ранжированию критериев принадлежности к клубу, в первую очередь было выделено «наличие привилегий и возможностей пользоваться благами для членов клуба», во вторую – «разделение интересов», в третью – «наличие общих потребностей и ценностей».

В своих интервью эксперты - члены закрытых клубов (бизнес-клубов) в качестве критериев в первую очередь обозначили *«наличие общности равных себе людей, общих потребностей, ценностей и интересов в клубной деятельности»* (Александр Андреевич, бизнесмен в сфере промышленности, 56 лет) и лишь в последнюю очередь упомянув результате процесса рефлексии *«привилегии и блага, возможности, селективность»*.

Эти различия в ранжировании значимости респондентами критериев принадлежности в общем социальном контексте обусловлены оценочными представлениями о них, но с позиции экспертов отражают универсальность приоритета принципов объединения и идентификации.

Для постоянных посетителей мотивация посещения клубов является отработанной и сложившейся практикой клаббинга в инфраструктуре, созданной для «комфортного существования среди равных себе». Для «входящего» в эту систему в первую очередь важно соответствие конструкту

идентификаторов и правил в клубе, который соотносится с необходимостью прохождения барьеров идентификации, вхождения, адаптации

Клуб как организация обладает элементами институционального регулирования клубной жизни и клубного пространства: через воспроизводство и трансляцию правил, обычаев, манер поведения, модели поведения и деятельности. Эти элементы определяет критерии идентификации и селективные критерии воспроизводства клубной системы.

Из изложенных выше положений и результатов эмпирических исследований следует вывод в первую очередь о том, что в современном обществе России у определенной доли населения существует знание и адекватные представления о клубных системах в различных сферах деятельности, которые объединяют представителей среднего и высшего класса, в которых функционируют социальные и социальные, исторические - психологические барьеры.

Данные исследования открывают перспективу исследования кластеров статусных клубов и общностей, идентификации и дифференциации в современном обществе России.

Литература

1. Коган Л.Н. Всестороннее развитие личности и культура.- ИНФРА - М. - М., 2004.- 112 с.
2. Волков. Ю.Г. Российская идентичность: особенности формирования и проявления / Ю.Г. Волков // Социологические исследования: — 2006. - № 7. - С. 13-22.
3. Ядов В.А. Современная ситуация в России. Социальные и психологические механизмы формирования социальной идентичности. МИР РОССИИ. 1995. №3-4,с 159
4. Сартр Ж.П. Первичное отношение к другому: любовь, язык, мазохизм// проблема человека в западной философии, М, 1988, Бытие и ничто, М, 2000
5. Malbon. B. Dancing, ecstasy and vitality. London and NY. 1999

6. Другое поле. Социологические практики. / Под ред. Е.Л. Омельченко, С.А. Перфильева. - Ульяновск: Издательство Государственного научного учреждения "Средневолжский научный центр", 2000. - 364 с.М.2000
7. Молодежная культура: проблемы и перспективы развития. Горький. 1990
8. Меренков А.В. Система детерминации человеческой деятельности. Екатеринбург 2003
9. Миллер Д., Галантер Ю., Прибрам К. Планы и структуры поведения. М. 1995
10. Шапко В. Т. Феномен актуальной культуры //Социс, 1997, №10, с 100-103
11. Шаров А.В. Взаимодействие культур и проблема идентичности Кантовские чтения в КРСУ (22 апреля 2004 г.);Общечеловеческое и национальное в философии: II международная научно-практическая конференция КРСУ (27-28 мая 2004 г.). Материалы выступлений / Под общ.ред. И.И. Ивановой. — Бишкек, 2004. — С.171-176

Амбарова П. А.,
г. Екатеринбург

КУЛЬТУРНАЯ ВАРИАТИВНОСТЬ «СОЦИАЛЬНЫХ ЧАСОВ»

Понятие «социальных часов» определяет основные возрастные периоды, в которые предписывается или допускается освоение тех или иных социальных статусов и ролей, видов деятельности. Сектора «социальных часов» соответствуют значимыми этапами социализации и образованы «жизненными сюжетами» — социокультурными условиями и обстоятельствами обретения того или иного статуса и освоения соответствующей социальной роли.

Время «старта», окончания, длительность разворачивания «жизненных сюжетов» обусловлены не только формальными нормами (возраст кандидата